

Le *meme* : un témoin et un moteur des dispositifs qui façonnent la culture pop (à paraître)

Maxime THIRY – UCLouvain

De phasma, sans doute, qui signifie tout à la fois l'apparition, le signe des dieux, le phénomène prodigieux, voire monstrueux ; le simulacre, aussi ; le présage, enfin. [...] Car le phasme ne se contente pas d'imiter [...] une qualité particulière de son milieu, la couleur par exemple. Le phasme a fait de son propre corps le décor où il se cache en incorporant ce décor où il naît. Le phasme est ce qu'il mange et ce dans quoi il habite.

Georges Didi-Huberman¹

« *Speaking [in]² memes* ». Cette expression rencontrée au cours d'une déambulation décontractée sur la toile³ interpelle par l'importante conjonction transmédiatique qu'elle sous-entend. La pratique relèverait de l'exploit et semble, tout du moins, susciter l'enthousiasme et le respect des internautes les plus assidus, plus communément appelés « geeks », en ce sens qu'elle suppose une bonne intégration de leurs codes et outrepassé ainsi, voire sublime, sa portée cryptique. Autrement dit, « *speaking [in] memes* » revient à interpeller l'interlocuteur non plus par une organisation raisonnée du langage traditionnel, mais par la suggestion, écrite ou orale, en tout cas référencée, de motifs d'ordre iconique qui, par l'activation de l'imaginaire partagé entre les locuteurs, parviennent à faire sens. Le langage, dès lors qu'un locuteur se prête à cet exercice, s'écarte à la fois des langues alphabétiques, à l'articulation sémiotique arbitraire (d'après les travaux de Saussure, Peirce, etc.), et des dispositifs pictogrammiques davantage motivées. En puisant dans l'imagerie des communicants, les *memes* – [mi:mz] en anglais – constituent actuellement un phénomène culturel qui crée de l'adhésion et du communautaire.

¹ Didi-Huberman, Georges. *Phasmes. Essai sur l'apparition*. Paris : Minuit, 1998. (Paradoxe), pp. 17-18

² Calquées sur les locutions « speaking + language » ou « speaking in + language », les deux acceptions sont attestées.

³ Notamment Klee, Miles. « How to Speak Memes ». In *The Kernel Mag*. The Daily Dot, 5 juin 2016 [en ligne], <http://kernelmag.dailydot.com/issue-sections/features-issue-sections/16792/meme-speak-terminology-guide/> (page consultée le 15 juin 2017).

Au même titre que le langage, ils sont une actualisation aussi individuelle que collective de codes que la tradition a intégrés, en vue de transmettre un message.

Toutefois, le *meme* se singularise, ne serait-ce que par ses modes d'émergence, ou encore par la rapidité de sa diffusion, de son usage, de ses réappropriations successives et, parfois, de son abandon. Le phénomène ne peut se réduire à une simple interprétation langagière et invite à réfléchir à ce qu'il révèle des dynamiques socioculturelles contemporaines, celles de la culture pop en particulier, ainsi qu'au rapport à la création qu'ils induisent. Illustrant à merveille le tournant iconique qu'ont emprunté les civilisations postmodernes, le *meme* s'avère une réalité à laquelle tout un chacun se confronte dès lors qu'il navigue sur les (nouveaux) médias : Facebook, YouTube, Tumblr, 9Gag... autant de sites sur lesquels circulent en abondance des *memes* qui reconfigurent l'imaginaire collectif et irriguent ensuite les médias plus traditionnels, de la télévision à la bande-dessinée. Cette diversité d'usages et d'occurrences incite à définir l'objet dans son actualité et, par une analyse de cas, à saisir la pluralité des enjeux contemporains qu'il cristallise.

Afin d'ériger le *meme* en concept opératoire qui tiendrait compte de ses usages les plus actuels, il convient d'en proposer une définition que je formulerais comme suit : le *meme* serait un *buzz* généré sous l'action d'une communauté interprétative qui, en réseau, partage un motif iconisé dont la reconnaissance est l'enjeu et la condition de sa resémantisation, potentiellement illimitée, par un commentaire qui s'y appose. Ces quelques lignes, parce qu'elles se situent à la convergence de plusieurs théories et notions permettant d'une part, de retracer l'évolution du concept et, d'autre part, d'en expliquer les enjeux, demandent un éclaircissement de ses parties.

Ainsi, le recours au participe passé d'un verbe qui connote une création d'ordre davantage biologique, en l'occurrence génétique, loin d'être anodin, renvoie directement à la première occurrence du mot « *meme* », proposée par l'éthologiste et généticien Richard Dawkins, en 1976. Dans *The Selfish Gene*, un essai de réflexions anthropologiques, il formule l'hypothèse d'éléments susceptibles d'engendrer, au niveau culturel, du traditionnel et de l'identitaire parmi les individus, à l'instar de ce qu'accomplissent les gènes sur le plan biologique⁴. Il en vient alors à énoncer l'idée de « répliqueurs culturels », qu'il définit comme suit :

⁴ Ces travaux sont prolongés par Paul Bouissac, qui les transpose également sur le plan sémiologique, sans toutefois refléter la réalité contemporaine, celle qui a cours depuis désormais quelques années, des *memes*.

Nous avons besoin d'un nom pour ce nouveau réplicateur, d'un nom qui évoque l'idée d'une unité de transmission culturelle ou d'une unité d'*imitation*. "Mimème" vient d'une racine grecque, mais je préfère un mot d'une seule syllabe qui sonne un peu comme "gène", aussi j'espère que mes amis, épris de classicisme, me pardonneront d'abréger mimème en *mème*. Si cela peut vous consoler, pensons que même peut venir de "mémoire" ou du mot français "même" qui rime avec "crème" (qui veut dire le meilleur, le dessus du panier).⁵

Partant, Dawkins associe d'emblée le *meme* à la mémoire et à la *mimésis*. Afin que celle-ci officie, elle doit puiser dans une archive mnésique partagée et virtuellement inépuisable. Les unités d'imitation, dès lors qu'elles font l'objet d'investissements individuels, activent et réactivent un espace culturel et, plus largement, culturel en constante mutation, qu'ils entérinent par conséquent dans la mémoire collective. Par l'exemple du concept de « Dieu », qui condense toutes ses manifestations graphiques, sonores et iconiques, Dawkins démontre comment ces dernières ont généré un *meme* qui renverrait à l'ensemble de croyances et de pratiques que la tradition chrétienne a pérennisé.

Par la confrontation de cette analyse à l'appareillage sémiotique de Greimas, le lexème /Dieu/, faisceau de sèmes auxquels renvoient toutes ses manifestations graphiques (<Dieu>, <God>...) et sonores ([djø], [gød]...), se voit investi d'un ensemble potentiellement illimité de signifiés, proportionnel à la constante et irréductible réappropriation de leurs signifiants. Pour ce qui est du *meme*, celui-ci opère sur un plan iconologique ou, plus précisément, iconique ; il se détache ainsi d'un modèle strictement langagier privilégiant des vecteurs sémiques graphiques et sonores. Aussi, si la notion d'iconème⁶ a déjà été proposée pour désigner tout élément structurel qui, dans l'image, crée du sens, le *meme* ne peut s'y réduire, dans la mesure où il s'agit d'une image dont c'est précisément la quiddité, son essence signifiante fondamentale, qui crée et véhicule de la signification. Plus qu'un iconème donc, le phénomène tendrait à se rapprocher d'un « hypericonème », d'une unité aussi bien sémantique qu'iconique maximale, susceptible de se réaliser dans tout contexte et cotexte, ce qui favorise son déploiement intergénérationnel, international et intermédial.

L'adjonction du préfixe « hyper », loin de simplement élever le concept au plan supra, autorise un rapprochement anaphorique avec le domaine hypermédiatique dans lequel se réalisent au mieux les *memes* aujourd'hui, puisqu'il favorise le partage massif et immédiat des

Cf. Bouissac, Paul. « *The Form of Memes. Twelve Remarks on Memetics* ». In *Semioticon* [en ligne] : <https://semioticon.com/virtuals/memes2/bouissac.pdf> (page consultée le 16 juin 2017).

⁵ Dawkins, Richard. *Le gène égoïste*, trad. de l'anglais par L. Ovion. Paris : Odile Jacob, 2003 (Poche), p. 261.

⁶ Bertin, Jacques. *Sémiologie graphique : les diagrammes, les réseaux, les cartes*, 3^e éd. revue et augmentée. Paris : École des hautes études en sciences sociales, 1998 (Les ré-impressions).

données. Le rayonnement en réseau des motifs qui accèdent au rang de *meme* mime le mouvement de resémantisation auquel s'adonnent lesdits motifs. En effet, la *mimésis* sous-tend l'activation d'une reconnaissance ou plutôt d'une « reconnais-sens », d'un sens qui ne se construirait que dans la reconnaissance effective du motif partagé par une communauté, en l'occurrence, interprétative. En effet, celle-ci réinterprète incessamment les *memes* et, ce faisant, elle assure leur vitalité et leur mutation constante.

Empruntée au théoricien de la littérature Stanley Fish, la notion de « communauté interprétative » repose sur :

[t]he shared understanding [of the language/code/discourse] is the basis of the confidence with which they speak and reason, but its categories are their own only in the sense that as actors within an institution they automatically fall heir to the institution's way of making sense, its systems of intelligibility.⁷

Par l'insistance sur la création participative puis le partage d'un code commun, Fish offre des éléments qui permettent de comprendre le succès du phénomène. L'inscription dans telle ou telle communauté non seulement pose les conditions de la reconnaissance du motif concerné, mais favorise également l'émergence de tel ou tel *meme* ; l'identité d'un *meme* découle du groupe qui l'engendre. Par exemple, une plateforme telle que 9Gag⁸, inaugurée en 2008, rassemble une très large diversité d'individus, dont l'hétérogénéité s'apprécie des points de vue de la nationalité, de l'origine socioéconomique, du sexe et de l'âge. De ce caractère composite découle la toute aussi grande diversité des sujets traités, qui voguent également, généralement, sur les cycles perpétuels qu'imposent les modes, par définition changeantes. Si certains motifs se maintiennent et continueront de bénéficier d'un engouement collectif – majoritairement en raison de leur inscription dans la mémoire collective des internautes, ce que semble rapporter une enquête réalisée par le média *Digital Trends*⁹ –, beaucoup d'autres jouiront du succès que leur offrent l'actualité d'une campagne présidentielle, celle d'une série télévisée ou d'un film en plein plébiscite (ou non), ou encore d'un fait de société posant le débat, lequel peut également avoir lieu par *memes* interposés. De cette réalité événementielle, il est également possible que certains motifs marquent suffisamment ou disposent d'un potentiel soit drolatique soit de

⁷ Fish, Stanley. *Is there a Text in This Class? The Authority of Interpretative Communities*. Cambridge e.a. : Harvard University Press, 1980, p. 320. (« La compréhension partagée [du langage/discours/code] est la base de la confiance avec laquelle ils s'expriment et raisonnent, mais ses catégories [au discours] sont les siennes seules, dans la mesure où, en tant qu'acteurs au sein d'une institution, ils s'adaptent automatiquement à la manière dont cette institution crée du sens, à son système d'intelligibilité. » [traduction personnelle]).

⁸ <https://9gag.com/>

⁹ « These are the most popular memes of all time (and their stories) », dans <http://www.digitaltrends.com/social-media/most-popular-memes/>, 16 mars 2016.

réappropriation assez élevé que pour perdurer¹⁰. Fondé sur une logique de votes libres et illimités, 9Gag met constamment à jour le déroulement des *memes* présentés, puisque ceux-ci ne figurent sur la page d'accueil, page principale du site, qu'en fonction du nombre d'*upvotes*, de voix positives, qu'ils remportent. La visibilité d'un *meme* sur la page est proportionnelle à l'adhésion qu'il suscite.

Un autre exemple, bien différent, serait le site *Ciel Mon Doctorat*¹¹, qui s'adresse, jamais exclusivement, mais de façon plus privilégiée, à un public d'universitaires ou d'individus rodés au système académique. Les travaux en équipes, l'angoisse de la rédaction et de la remise de la thèse doctorale, l'encadrement d'étudiants, la confrontation au directeur ou au jury de thèse... autant de thématiques susceptibles d'être abordées quotidiennement sur le site, exacerbant parfois une dimension cryptique (rencontrée par ailleurs et parfois recherchée), ce qui trahit bien l'aspect communautaire des *memes*, qui ne peuvent résolument pas se développer de la même manière sur ce site que sur le réseau plus large que déploie notamment 9Gag.

Ensuite, l'assimilation des *memes* à des hypericonèmes invite également à interroger le statut iconique qu'acquièrent les motifs dès lors qu'ils intègrent et sont célébrés par des communautés interprétatives d'internautes. Parvenant à trouver l'équilibre entre distance et proximité référentielles, l'icône continue de renvoyer à un réel qui se dérobe, car celui-ci ne devient alors plus accessible que par son truchement, que par le détournement qu'exécute le motif ou, précisément, le simulacre qui y réfère. Cette dynamique, d'autant plus prégnante que les logiques hypermédiatiques virtualisent toujours davantage le réel et, ce faisant, n'en révèlent que la non-actualité, indiquent quelque chose de la prédominance que les images ont acquise dans l'espace postmoderne¹² qui se déploie depuis la deuxième moitié du XX^e siècle.

Plusieurs essais de Régis Debray s'attèlent à interroger cet état de fait. Toutefois, c'est dans *Le moment fraternité* (2009) qu'il livre les éléments les plus adéquats pour comprendre la configuration actuelle des icônes, par une investigation de ce qui permet encore, aujourd'hui,

¹⁰ Par exemple, le 16 mars 2017 au matin, le candidat à la présidentielle française Jean-Luc Mélenchon donnait une interview de laquelle les internautes ont retenu une réaction en particulier. Le redressement soudain, les yeux écarquillés, la bouche pincée en arrière, l'expression faciale – à bien des égards mémorables – du candidat de la France Insoumise a été massivement relayée, notamment dans l'émission *Quotidien* (TMC) du jour même, lors de laquelle Yann Barthès se prête à l'exercice du détournement de ce motif et commente en précisant que « ça marche pour tout »... Une autre façon de dire que le *meme* est infiniment resémantisable.

¹¹ <http://cielmondoctorat.tumblr.com/>

¹² Au sujet du postmodernisme et de son rapport aux images, voir les travaux de Jameson, Hutcheon et Owens, notamment : Jameson, Fredric. *Postmodernism or The Logic of Late Capitalism*. Durham : Duke University Press, 1991 ; Hutcheon, Linda. *A Poetics of Postmodernism*. London/New York: Routledge, 1988 ; Owens, Craig. « The Allegorical Impulse. Toward a Theory of Postmodernism ». In *October*, Vol. 12, Printemps 1980, pp. 67-86.

de tisser du lien non pas social, mais fraternel. S'il dénonce l'hypocrisie qui consiste à « passer un bracelet électronique au suspect “communauté”¹³ », n'hésitons plus et embrassons volontiers l'expression, par ailleurs également adoptée par Fish ! Une des voies envisagée par l'essayiste pour répondre à cette question réside dans ce que les communautés gravitent autour d'un objet ou d'un faire sacré, précisant que « [l]e sacré n'est pas l'émanation d'un être, mais le produit d'un faire [...] d'*actes humains de sacralisation*¹⁴ ». Les communautés se distinguent donc par leur activité et la manière dont elles, littéralement, consacrent des objets. Les exemples d'*Alice au Pays des Merveilles* ou, plus récemment, de la saga *Harry Potter*, que décrit Debray rapprochent fortement son propos de celui qui nous concerne, dans la mesure où il s'agit bien de communautés de *geeks* qui érigent un objet (un roman, un récit), une pratique (la lecture) et des *habitus* (des conventions, des échanges, etc.) en phénomène à caractère sacré.

Plus avant, Debray décompose ce processus de sacralisation en trois étapes. La première consiste à soustraire l'objet à son usage ordinaire, ce qui revient, concernant les motifs iconisés, à les fragmenter et les décontextualiser. La photographie d'un bébé qui manifeste, par un froncement de sourcils et un resserrement de ses muscles faciaux, sa surprise et son dégoût à la suite de l'ingestion du sable qu'il tient encore dans son poing s'avère un cas exemplaire du procédé d'iconisation des premiers¹⁵ *memes*, encore très populaires aujourd'hui. Ce procédé passe par l'incrustation sur un fond neutre d'un détail (souvent majeur – « détail » est à prendre dans son acception picturale) de l'image originale, en périphérie de laquelle celui qui la manipule impose un commentaire qui en réinvestit le sens.

La décontextualisation se veut donc bien matérielle et sémantique, dans un mouvement qui s'assimile à la deuxième étape énoncée par Debray, celle qui consiste en le réinvestissement de l'objet par une communauté dynamique. L'exemple du bébé qui mange du sable devint ainsi l'icône servant à exprimer la satisfaction ressentie à la suite d'un succès inespéré : le « *Success Fistbump Meme* », en ce sens que le poing qui tient le sable (rendu à peine visible par la pixellisation résultant des manipulations successives de l'image) s'apparente à un poing victorieusement levé et que le visage contrit du bébé rappelle celui de quelqu'un qui réprime un cri de joie. Le motif s'iconise, signifie quelque chose qui dépasse ce que l'image représentait

¹³ Debray, Régis. *Le moment fraternité*. Paris : Gallimard, 2009, p. 14.

¹⁴ *Ibid.*, p. 32.

¹⁵ Par la suite, les *memes* concerneront de plus en plus des motifs animés, des *GIFs* (pour *Graphics Interchange Format*), qui répètent inlassablement une courte séquence empruntée à un support médiatique.

originellement et devient porteur d'un sens propre, qui, à la façon d'un hypericonème donc, s'adapte au florilège d'actualisations¹⁶ que produira la communauté.

En effet, le *meme* ne véhicule pas seulement un sens minimal et ne peut dès lors pas se réduire à un sème. Au contraire, il revête une quantité potentiellement illimitée de significations qui ne cessent d'actualiser son signifié fondamental, malgré tout constamment et partiellement évacué. Un autre exemple serait le *meme* « *One does not simply...* » emprunté à la scène iconique, justement, du premier volet de la trilogie *The Lord of the Rings*, lors de laquelle le personnage de Boromir, interprété par Sean Bean, explique à l'ensemble du conseil d'Elrond, la main droite levée et son index rejoignant son pouce, que « *the Great Eye is ever watchfull*¹⁷ ». Ce qu'il est intéressant d'observer, c'est que l'image ne retient pas cette sentence, mais bien celle qui la précède de treize secondes : « *One does not simply walk into Mordor* ». Ce *meme*, employé à des fins d'admonition ou de sarcasme face à la naïveté de quiconque entreprendrait une tâche trop complexe, évacue la référence à l'œuvre originale, jusqu'à aménager quelque peu l'image et le discours auquel elle renvoie initialement. En ce sens, le *meme* fonctionne effectivement à la manière d'une icône qui, sans jamais totalement évacuer le référent (certains pourront toujours y trouver une comparaison avec une expédition en Mordor et, plus largement, la scène continue d'imprégner les mémoires), s'en distance considérablement (le lecteur du *meme* ne se soucie pas de ce que l'image renvoie à une scène particulière d'un film). Le *meme*, ainsi iconisé, accomplit la troisième et dernière étape du procédé de sacralisation présenté par Debray : la sublimation de l'objet, qui dépasse les limites sémantiques et fonctionnelles auxquelles son sens premier pouvait le restreindre.

En outre, la restriction se trouve minée aussi bien sémantiquement que dans le déploiement effectif du *meme*, dans la mesure où son partage massif, lequel donne lieu à sa resémantisation illimitée par les communautés qui lui apposent un élément textuel, se situe à son fondement. La décontextualisation du motif suivie de sa réappropriation par des individus, qui lui offrent ainsi une nouvelle lecture, aboutit à un partage d'autant plus massif qu'il est hypermédiatique. Ce type de diffusion, à la base de ses futures

¹⁶ Parmi tant d'autres cas, le « Success Fistbump » se sera assorti des commentaires : « Dad took my nose... Took it back » (« Papa a pris mon nez... je l'ai récupéré ! ») ; « Was born in 1998... Knows all the Beatles songs » (« Je suis né en 1998... et je connais toutes les chansons des Beatles ») ; ou encore, à un niveau plus méta : « Baby picture of me eating sand... Turned into a Fistbump meme » (« Une photo de moi bébé qui mange du sable... est devenue un *Fistbump meme* »).

¹⁷ Parlant de la suprématie de Sauron en Mordor, « le Grand Œil est constamment vigilant » [traduction personnelle].

réappropriations/resémantisation, rappelle la définition que donne Jacques Derrida de la « dissémination » :

Il n'y a pas de première insémination. La semence est d'abord essaimée. L'insémination « première » est dissémination. Trace, greffe dont on perd la trace. Qu'il s'agisse de ce qu'on appelle « langage » (discours, texte, etc.) ou d'ensemencement « réel », chaque terme est bien un germe, chaque germe est bien un terme. Le terme, l'élément atomique, engendre en se divisant, en se greffant, en proliférant. C'est une semence et non un terme absolu.¹⁸

Le *meme* n'existe en effet que dans sa dissémination, dans l'atomisation perpétuelle d'un motif iconisé « dont on perd la trace » puisqu'il est constamment « en germe ». De ce fait, parler de sacralité ne peut relever d'un abus langagier : les motifs sont célébrés par des groupes d'individus qui pratiquent leur détournement et cultivent leur reconnais-sens par leur inscription dans un imaginaire collectif qu'ils reconfigurent – « c'est une semence et non un terme absolu ». À tel point que certains *memes* viennent à être reconnus dans des objets du quotidien, voire de la nourriture, capturée par une photographie immédiatement diffusée sur la toile... à l'instar d'apparitions aléatoires du Christ.

*

* *

Les conclusions que permettent de tirer ces quelques traits définitoires situent les *memes* à la fois en témoin et en moteur des dispositifs qui animent et façonnent la culture pop, laquelle s'avère un terreau des plus fertiles à l'émergence et au développement du phénomène. Un témoin, le *meme* l'est de la tendance à l'iconisation généralisée opérée par la culture pop ou, à proprement parler, du paradigme pop, depuis une de ses manifestation originelles : le Pop Art. Sous les traits d'une nouvelle forme d'iconicité, cette esthétique a reconfiguré les instances de représentation et de sacralité contemporaines. Andy Warhol, le « *pope* [précisément] of *Pop Art* », celui dont le rêve était de « devenir une machine¹⁹ » en supprimant toute intervention humaine explicite dans son geste créateur, a érigé sa pratique en véritable modèle de création pop et postmoderne – tous deux les différentes faces d'une même pièce, ce que démontre Perry Meisel²⁰ dans son étude historique de la *Pop Culture*. Ses sérigraphies décontextualisent des

¹⁸ Derrida, Jacques. *La dissemination*. Paris : Seuil, 1972, p. 338.

¹⁹ Warhol, Andy. *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)*. Orlando : Harcourt, 1977, p. 82.

²⁰ Meisel, Perry. *The Myth of Popular Culture: From Dante to Dylan*. Chichester : Wiley-Blackwell, 2010.

motifs empruntés à un large éventail de sources et les reproduisent *ad nauseam* de façon à placer la réalité évènementielle (comme un accident de voiture), des idoles²¹ (de Marilyn Monroe à Mao Zedong, en passant par Jackie Kennedy) et des produits du quotidien (des conserves de soupe, du savon pour lessive...) sur un pied d'égalité. Dans une esthétique qui s'apparente donc à celle du supermarché, Warhol cherche à abolir les frontières entre *High Culture* et *Low Culture* en livrant les objets de la consommation et de la médiatisation (devenue depuis hypermédiatisation) à un public *populaire* qui les reconnaît et les célèbre. La décontextualisation à laquelle le plasticien soumet ces motifs a fait l'objet de plusieurs interprétations, que l'historien de l'art Hal Foster²² propose de conjindre. Selon lui, la portée référentielle des images sérigraphiées n'est pas incompatible avec leur teneur simulacrale²³, qui, en les privant de leur *hic et nunc*, en évacuerait la référence au profit de leur représentation, de leur sacralisation. Foster explique que malgré le simulacre, le référent n'est jamais totalement évacué. Au contraire, celui ne cesse jamais de poindre (pour en revenir à Barthes) le sujet et, ainsi, de créer du sens et du communautaire.

Les parallélismes avec l'usage et la génération de *memes* montrent à quel point le Pop Art a jeté les bases de notre rapport contemporain à l'image et à la création, notamment sous l'action des nouveaux médias. Ce rapport tourne autour de l'iconisation généralisée du réel, à laquelle s'adonnent la culture pop et les communautés qui la portent, et dont une des preuves les plus explicites se trouve dans la banalisation du mot même d'icône. Tout est icône, ou susceptible de le devenir, dans une société qui autorise tout un chacun à prendre part, en réseau, aux processus culturels, voire, c'est bien là le propos, culturels.

Plus avant, l'érosion sous-jacente de la distinction entre création et réception, corrélée aux évolutions technologiques et médiatiques, accélère, démocratise et radicalise les principes de production, de reproduction et de réappropriation de la matière culturelle. Les communautés se rassemblent autour de phénomènes qui n'existent la plupart du temps que virtuellement et consacrent une réalité dont l'absence fonde son potentiel manipulable. La digitalisation des données a progressivement autorisé leur réinvestissement subtil, immédiat et généralisé. En un mot, le Remix²⁴, d'abord simple procédé réservé à une élite d'initiés, s'est élevé depuis les

²¹ Du grec *Eidolon*, qui peut se traduire par « image », ou encore « simulacre ».

²² Foster, Hal. *Le retour du réel. Situation actuelle de l'avant-garde*, trad. de l'anglais par Y. Cantraine, F. Pierobon et D. Vander Gucht. Bruxelles : La lettre volée, 2005.

²³ À propos d'une lecture simulacrale du Pop Art, voir Barthes, Roland. « Cette vieille chose, l'art... ». In *Œuvres complètes. Livres, textes, entretiens (1977-1980)*. T. 5. Paris : Seuil, 2002, pp. 915-923.

²⁴ Navas, Eduardo. *Remix Theory: The Aesthetics of Sampling*. Wien/New York : Springer, 2012.

années 2000 (et l'avènement d'Internet) en dispositif²⁵ qui supporte l'expansion du paradigme de production pop, à l'origine de la culture qu'il sous-tend. Les motifs sont ainsi librement²⁶ détournés et réappropriés – remixés – par des masses qui puisent dans un fonds mémoriel potentiellement illimité dès lors que disques durs et *servers* se développent et accroissent exponentiellement les capacités de stockage. Ce faisant, le processus engagé d'iconisation dépasse le simple objet iconologique et englobe l'ensemble des médias, l'ensemble de ce qui peut se constituer en langage. Cela s'observe déjà sur le plan musical, par lequel s'est justement développé le remix, mais tout autant sur les plans des images mobiles (les *GIFs* et autres extraits vidéo) ou de certaines sentences trivialement (mais peut-être pas tant que ça) qualifiées d'iconiques. Ces emprunts surgissent (*popent*) aux yeux ou aux oreilles de leurs spectateurs et revêtent autant de significations nouvelles que de contextes auxquels ils se greffent. Le succès dont ils jouissent ou non (en d'autres termes, seront-ils l'objet d'un *buzz* ?) détermine ensuite leur élévation au statut de *meme*.

Un dernier exemple de l'ensemble des cas de remix présentés ci-dessus, qui prouve en quoi le *meme* doit également s'apprécier en tant que moteur des dynamiques à l'œuvre dans la culture pop, s'origine dans l'interview que Sweet Brown, rescapée d'un incendie, donna le 9 avril 2012 à la chaîne locale américaine KFOR TV²⁷. Les explications et préoccupations absurdes de l'intéressée, son expression pittoresque et son accent à la limite du cliché, éclipsent totalement le fait divers, à tel point que le public ne retiendra que la sentence, quasi-proverbiale, avec laquelle elle conclut son discours, en commentant sa récente contraction d'une bronchite : « *Ain't nobody got time for that!* » (« Personne n'a l'temps pour ça ! » [traduction personnelle]). La vidéo, par son caractère drolatique, possédait donc tous les atouts pour « faire le *buzz* », ce qui fut le cas, lorsqu'elle a été détournée par une chaîne YouTube spécialisée en la matière, qui en a proposé une version musicale²⁸, dont le refrain n'est autre que la phrase, devenue *meme* depuis lors, puisqu'elle a ponctué la toile de ses apparitions et s'est récemment retrouvée dans

²⁵ À comprendre comme un « réseau [ou] fonction stratégique dominante » (cf. Agamben, Giorgio. *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, trad. de l'italien par M. Rueff. Paris : Payot, 2007 [Rivages], p. 9.) permettant à une logique et une dynamique dominante (le paradigme) de se pérenniser. Cela permet d'expliquer le recours à la majuscule initiale, également adoptée par Navas dans son ouvrage.

²⁶ Lessig, Lawrence. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York : Penguin Books, 2008.

²⁷ « Sweet Brown on apartment fire: "Ain't Nobody Got Time for That!" », dans YouTube [en ligne], <https://www.youtube.com/watch?v=ydmPh4MXT3g>.

²⁸ « Sweet Brown - Ain't Nobody Got Time for That (Autotune Remix) », dans YouTube [en ligne] : <https://www.youtube.com/watch?v=bFEoMO0pc7k>. Il est à noter que la chaîne responsable de ce remix s'intitule « The Parody Factory », ce qui rappelle immanquablement la « Factory » warholienne ainsi que la volonté d'outrepasser l'action humaine pour lui préférer la technologique dans le processus créateur.

un phylactère du numéro de janvier 2017 de *Deadpool*²⁹, dans lequel le justicier assène un « *Ain't nobody got time for that!* » à un antagoniste le suppliant de le livrer à la police plutôt que de le tuer, avant d'effectivement lui tirer une balle dans la tête.

Enfin, le remix de faits divers ou de discours empruntés à l'actualité est devenu monnaie courante et la chanson de Sweet Brown, à l'instar d'autres *memes*, a inspiré bien des YouTubeurs, des internautes, des artistes, des publicistes et des producteurs. Un des derniers exemples en dates, qui atteste de la qualité de *meme* du procédé, est le générique de la série de Netflix *Unbreakable Kimmy Schmidt*³⁰, qui part d'un fait divers fictif (quatre femmes, séquestrées durant des années par le gourou d'une secte, sont retrouvées vivantes dans un bunker sous-terrain) au sujet duquel réagit un voisin, dont l'interview se voit également détournée et transformée en chanson, non seulement au sein de la série, mais également dans une version allongée, par une chaîne YouTube³¹. L'image migre et marque de ce qu'elle devient icône ; ce qui point, ce n'est plus tant son référent que ce que les masses auront consacré, allant d'une phrase commodément transposable au dispositif sériel, si révélateur de notre époque.

D'après le dicton français, « une image vaut mieux qu'un long discours ». Les *memes* semblent embrasser pleinement cette prescription et autorisent les images à, plus que d'en véhiculer, générer du narratif. Plus encore, outre les images, la façon dont les *memes* intègrent le mouvement d'iconisation de la culture pop dit quelque chose du besoin « fraternel », pour reprendre l'expression de Debray, de créer du sens, à défaut de sacré. Même si l'activité en question s'avère davantage ludique, récréative et drolatique, elle participe d'un renouvellement constant de l'imagerie et, à fortiori, d'un imaginaire partagé par la très large communauté des internautes ; et si tout le monde ne reconnaît pas d'emblée tel ou tel *meme*, la récurrence de ses apparitions risque fortement d'y familiariser le sujet, ce qui, d'une certaine manière, constitue un vecteur sémantique.

En renouvellement perpétuel et à l'instar de palimpsestes hypermédiatiques, les *memes* survivent et laissent leur empreinte sur la mémoire collective. Certains sont fugaces, disparaissent ou connaissent une actualisation inespérée, d'autres conservent leur succès. Il est impossible de prévoir quel sera le prochain *meme*, quelle icône fera le prochain *buzz*, car il en

²⁹ Duggan G., Lolli M. et Dalla Vecchia C., *Deadpool* #24, Marvel, 2017.

³⁰ Carlock Robert et Fey Tina, *Unbreakable Kimmy Schmidt*, Netflix, 2015-.

³¹ « Unbreakable Kimmy Schmidt – Songify This! », dans YouTube [en ligne] : <https://www.youtube.com/watch?v=WYNbp0u8WjA&t=3s>.

revient essentiellement aux masses, rassemblées en communautés actives et interprétatives, de saisir l'actualité et de la re-présenter, pour continuer d'irriguer au mieux ce qu'elles célèbrent comme culture.

Bibliographie

- Agamben, Giorgio. *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, trad. de l'italien par M. Rueff. Paris : Payot, 2007 (Rivages).
- Barthes, Roland. « Cette vieille chose, l'art... ». In *Œuvres complètes. Livres, textes, entretiens (1977-1980)*, T. 5, Paris : Seuil, 2002, pp. 915-923.
- Bertin, Jacques. *Sémiologie graphique : les diagrammes, les réseaux, les cartes*, 3^e éd. revue et augmentée. Paris : École des hautes études en sciences sociales, 1998 (Les ré-impressions).
- Bouissac, Paul. « The Form of Memes. Twelve Remarks on Memetics ». In *Semioticon* [en ligne] : <https://semioticon.com/virtuals/memes2/bouissac.pdf> (page consultée le 16 juin 2017).
- Dawkins, Richard. *Le gène égoïste*, trad. de l'anglais par L. Ovion. Paris : Odile Jacob, 2003 (Poche).
- Debray, Régis. *Le moment fraternité*. Paris : Gallimard, 2009.
- Derrida, Jacques. *La dissémination*. Paris : Seuil, 1972.
- Didi-Huberman, Georges. *Phasmes. Essai sur l'apparition*. Paris : Minuit, 1998 (Paradoxe).
- Fish, Stanley. *Is there a Text in This Class? The Authority of Interpretative Communities*, Cambridge e.a. : Harvard University Press, 1980.
- Foster, Hal. *Le retour du réel. Situation actuelle de l'avant-garde*, trad. de l'anglais par Y. Cantraine, F. Pierobon et D ; Vander Gucht; Bruxelles : La lettre volée, 2005.
- Hutcheon, Linda. *A Poetics of Postmodernism*. London/New York : Routledge, 1988.
- Jameson, Fredric. *Postmodernism or The Logic of Late Capitalism*. Durham : Duke University Press, 1991.
- Lessig, Lawrence. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York : Penguin Books, 2008.
- Meisel, Perry. *The Myth of Popular Culture: From Dante to Dylan*. Chichester :Wiley-Blackwell, 2010.
- Navas, Eduardo. *Remix Theory: The Aesthetics of Sampling*. Wien/New York : Springer, 2012.
- Owens, Craig. « The Allegorical Impulse. Toward a Theory of Postmodernism ». In *October*, Vol. 12, Printemps 1980, pp. 67-86.
- Warhol, Andy. *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)*. Orlando : Harcourt, 1977.